Schweiz. Konsum-Verein

Organ des Verbandes schweiz. Konsumvereine (V. S. K.), Basel

Redaktion: Dr. W. Ruf

Verantwortlich für Druck und Herausgabe: Verband schweiz. Konsumvereine (V. S. K.)

Erscheint wöchentlich - Basel, den 8. Februar 1947 - 47. Jahrgang - Nr. 6

Helfe, was helfen mag

In der «Schweiz. Gewerbe-Zeitung» hat sich E. G. die Mühe genommen, eine Antwort auf den Artikel «Non plus ultra» im «Schweiz. Konsum-Verein» vom 28. Dezember 1946 zu zimmern. Er hat sich die Aufgabe zwar recht leicht gemacht. Trotzdem wollen wir anerkennen, dass er sich den verschiedenen Berechnungen überhaupt unterzogen hat; nach der gegenüber den Genossenschaften eingeschlagenen Kampfmethode war mit einem solchen Versuch in Form eines sehr lang gewordenen Leitartikels im zentralen Gewerbeorgan nicht ohne weiteres zu rechnen.

Die Ausführungen der Gegenseite sind eine Bestätigung, dass unser Hinweis auf die *bedeutend geringere Belastung der AG. im Vergleich zu der Genossenschaft richtig ist.* Ein erstes Gegenargument finden wir im folgenden Passus (Hervorhebungen im folgenden und auch in den weiteren Zitaten von uns):

> «Im ‚Schweiz. Konsum-Verein' und nachher im ‚Genossenschaftlichen Volksblatt' ist das Beispiel einer Genossenschaft veröffentlicht worden, die fünfmal mehr zusätzliche Wehrsteuer zu bezahlen hat als eine Aktiengesellschaft mit gleichem Kapital und gleichem Reinertrag. Kapital und Reserven werden für beide Unternehmungen mit 2 Millionen Franken angenommen, der nach Abzug der Rückvergütungen bzw. Rabatte — die in beiden Fällen 8 % oder Fr. 640 000.— betragen — verbleibende Reinertrag mit Fr. 200 000.—. Ferner wird davon ausgegangen, dass die Aktiengesellschaft diese Fr. 640 000.— in Form von Rabatten zur Verteilung bringt. In diesem Falle ist es richtig, dass sie diesen ganzen Betrag als steuerfrei in Abzug bringen kann, die Genossenschaft aber nur den Teil ihrer Rückvergütungen bzw. Rabatte, der 5 % nicht übersteigt. Ihr steuerpflichtiger Reinertrag beträgt somit Fr. 440 000.—, derjenige der Aktiengesellschaft nur Fr. 200 000.—. Bringt die betreffende *Aktiengesellschaft* diese Fr. 640 000.— dagegen als *Rückvergütungen* zur Ausschüttung, dann kann sie im Gegensatz zur Genossenschaft hievon keinen Rappen steuerfrei abziehen. In diesem Falle wird ihr steuerpflichtiger Reinertrag Fr. 840 000.— und nicht wie bei der Genossenschaft Fr. 440 000.— betragen. *Dies als erste Richtigstellung!*»

Wozu es hier einer «Richtigstellung» bedarf, ist uns unerfindlich. Denn nirgends haben wir bestritten, dass, *wenn* eine AG. Rückvergütung geben würde, diese auch zu besteuern sei. *Aber:* Wo sind die AG. in der Schweiz — mit Ausnahme der wenigen dem V. S. K. angeschlossenen AG. — die *Rückvergütung* geben? Vorbehältlich besserer Belehrung stellen wir fest, dass — mit Ausnahme vielleicht einer St. Galler Gesellschaft und eventuell einer in der französischsprachigen Schweiz — *sämtliche* von der zusätzlichen Wehrsteuer erfassten AG. auf dem Gebiete der Warenvermittlung Rabatte und Dividenden ausrichten, so dass der Hinweis in der «Gewerbe-Zeitung» sehr hoch in den Lüften schwebt. Sollten aber — nehmen wir dies wenigstens einmal an — eine Reihe solcher AG. mit Rückvergütung existieren, so können sie sich mit einigen Federstrichen der Rückvergütungssteuer entziehen, indem sie den festen Rabatt einführen. Tut dies jedoch eine Genossenschaft, so ändert dies absolut nichts. Sie bleibt nach wie vor steuerpflichtig — so sieht hier die «*Privilegierung*» aus.

Nun folgt der

Clou der gegnerischen Argumentation.

Nachdem diese festgestellt hat, dass das im «Schweiz. Konsum-Verein» gegebene Beispiel «*rein rechnerisch*» *richtig* ist, wobei es allerdings als aus dem Rahmen der Wirklichkeit fallend charakterisiert wird, setzt sich der Verfasser in einem gewaltigen Salto über die grundsätzliche Wohlfundiertheit unserer Beweisführung hinweg und holt sich in der *normalen Wehrsteuer* einen Bundesgenossen, um unter Addierung der gemäss den Bestimmungen beider Gesetze anfallenden Steuern den Beweis zu erbringen, dass im Verlaufe der bisherigen und der zukünftigen Erhebungsperioden die Genossenschaften — wenigstens die meisten unter ihnen — doch noch besser fahren als die AG. Bei der normalen Wehrsteuer haben die Genossenschaften bekanntlich einheitlich 4,5 % auf den Reinertrag zu entrichten, während eine AG. je nach Ertrag variabel besteuert wird, das heisst — wie das durchaus ihrer in der Regel stärkeren Kapitalbasis und Exklusivität entspricht — oft zu höheren Steuerbetreffnissen gelangt. Wenn nun die drei folgenden Steuerperioden (1947/49) unter Zusammenzug der zusätzlichen und der normalen Wehrsteuer in Rechnung gestellt werden, so kommt aber selbst der Verfasser in der «Gewerbe-Zeitung» noch zu einer *1,3fachen Mehrbesteuerung der Genossenschaft.* Er schreibt:

> «Zusammengerechnet wird die Aktiengesellschaft in den kommenden drei Jahren an allgemeiner und zusätzlicher Wehrsteuer jährlich zu bezahlen haben: Fr. 31 300.—, die Genossenschaft je Fr. 41 000.—. Die errechnete Mehrbelastung der Genossenschaft beträgt nun nicht mehr das Fünffache, sondern noch *rund das 1,3fache.*»

Aber mit dieser Feststellung ist das Ziel noch nicht erreicht. Es muss ja bewiesen werden, dass die Genossenschaft weniger bezahlt, also «privilegiert» ist.

Es besteht da noch eine sehr unangenehme Lücke, und diese wird mit den *bisherigen Steuerleistungen* im Rahmen der *normalen* Wehrsteuer gefüllt. Dem staunenden und eventuell sich doch von einem gewissen Alpdruck ob der recht undemokratischen, unschweizerischen Sonder-Genossenschaftssteuer befreit fühlenden Leser eröffnet sich folgende Argumentation:

«Kann man aber im Ernst wirklich von einer Mehrbelastung selbst bei diesem sehr extrem gewählten Beispiel reden? Bei objektiver Betrachtungsweise nicht. Die erste Folgerung, die sich ganz natürlicherweise ergibt, ist doch die, dass die betreffende Genossenschaft — wenn wir für alle Jahre das gleiche Kapital und den gleichen Gewinn annehmen *seit Bestehen der Wehrsteuer*, also 1941—1946 — gegenüber einer Aktiengesellschaft unter gleichen Verhältnissen steuerlich *eindeutig privilegiert* war. In diesen sechs Jahren hat die Genossenschaft das nette Sümmchen von Fr. 36 000.— allein an Wehrsteuer erspart! *Wenn sie nun auch während drei Jahren an allgemeiner und zusätzlicher Wehrsteuer zusammen jährlich Fr. 10 000.— oder insgesamt Fr. 30 000.— mehr zu leisten haben wird*, so gleicht das die vorherige Begünstigung noch nicht einmal aus. Die AG. wird total immer noch Fr. 6000.— mehr entrichtet haben. So und nicht anders sind die Tatsachen.»

«So und nicht anders sind die Tatsachen» — nun, wir wollen dem Verfasser zutrauen, dass er in guten Treuen geschrieben habe. Es ist ihm nämlich entgangen, dass der Zuschlag von 50 % auf die Steuersätze des Reinertrages und der der Wehrsteuer unterworfenen Rückvergütungen und Rabatte über 5 % erst von der 2. Periode (1943/44) an erhoben wurden. Die Genossenschaft hätte also *nicht 6000 Fr.*, sondern *nur 2000 Franken weniger* zu entrichten als die AG. — Unumwunden wird aber zugegeben, dass die *Genossenschaft* — trotzdem sie gemäss Gesetz 50 % geringer belastet sein soll als eine Kapitalgesellschaft — in den drei folgenden Jahren *30 000 Franken mehr* bezahlt als die AG., ein wirklich kräftiger Aderlass, der da den Genossenschaften zugemutet wird und schon für sich allein die *Unhaltbarkeit der zusätzlichen Genossenschaftssteuer* dokumentiert. —

Bis dahin sind wir dem Artikel in der «Schweiz. Gewerbe-Zeitung» recht willig gefolgt. Im Grunde hätten wir es nicht tun sollen. Denn die ganze Argumentation beruht ja

auf Voraussetzungen, die wir niemals akzeptieren können

und auch dem Willen des Gesetzgebers widersprechen. Vor allem in jeglicher Beziehung verwerflich ist die

Gleichstellung des Profits einer AG. und des zum grössten Teil aus Ersparnissen bestehenden Ueberschusses einer Genossenschaft.

Der gegenüber den Genossenschaften unsoziale Charakter der zusätzlichen Wehrsteuer bestimmt bekanntlich, dass die kapitalschwache Genossenschaft stärker belastet wird als die kapitalstarke Genossenschaft. Eine hohe Rückvergütungsersparnis erhöht deshalb den Ueberschuss der Genossenschaft. Die hieraus entstehende Ungerechtigkeit lässt die «Gewerbe-Zeitung» vollkommen gleichgültig. Für sie ist es einerlei, ob der Profit einer AG. in Form hoher Dividenden wenigen reichen Kapitalbesitzern zukommt, während die Genossenschaft gut demokratisch den weitaus grössten Teil ihrer aus Ersparnissen ihrer Mitglieder gewonnenen Ueberschüsse wieder unter die Mitglieder verteilt. Für die «Gewerbe-Zeitung» spielt es auch keine Rolle, dass sehr viele grosskapitalistische Betriebe keinen Rabatt, resp. keine Rückvergütung geben, d. h. netto verkaufen und dafür auch keine zusätzliche Wehrsteuer zu bezahlen haben, während die vielleicht — unter Abzug der Rückvergütung — gleichpreisige Genossenschaft scharf besteuert wird.

In der Gleichsetzung des Profits der AG. und des Überschusses der Genossenschaft

liegt der entscheidende Irrtum der Gewerbekreise, und damit bricht auch die gesamte, von vielen Zahlen und Berechnungen begleitete Argumentation des Gewerbeblattes in sich zusammen.

Ebenso entschieden muss aber auch der recht billige Versuch, die «Privilegierung» der Genossenschaften unter Beizug der normalen Wehrsteuer zu beweisen, abgelehnt werden. Abgesehen davon, dass es sich bei der *zusätzlichen Wehrsteuer um ein vollständig neues Gesetz* handelt und deshalb kein Zusammenhang zur normalen Wehrsteuer konstruiert werden darf, kann erstere doch nie dazu missbraucht werden, frühere Beschlüsse des Parlaments im Sinne des Gewerbeverbandes zu korrigieren. Das lag nicht in der Absicht des Gesetzgebers, der zu einer Zeit, als man für die Konsumgenossenschaften offenbar noch ein besseres Verständnis hatte und sich ihrer grossen Verdienste während des Krieges bewusst war, ihnen eine ihrer Wesensart — aber auch schon damals nicht vollkommen — gerecht werdende steuerliche Behandlung zuteil werden liess.

Die zusätzliche Wehrsteuer ist deshalb für sich allein zu beurteilen und kann nicht mit andern Steuern verquickt werden.

Wie wäre es übrigens, um kurz der in der gegnerischen Beweisführung realisierten Methode zu folgen, wenn die Konsumgenossenschaften verlangen würden, das ihnen mit dem Warenhausbeschluss und der Ausgleichsteuer angetane Unrecht müsse jetzt korrigiert werden? Würden sich die betreffenden Kreise damit einverstanden erklären, durch ein ihnen aufzuerlegendes zeitweises Eröffnungsverbot den Genossenschaften zu erlauben, die zurückgehaltene Entwicklung aufzuholen und dass die mit der Ausgleichsteuer den Genossenschaften abgenommene Summe wenigstens zum grössten Teil wieder zurückerstattet werde? — Lassen wir also die normale Wehrsteuer aus dem Spiel. Sie bereitet ohnehin genug Sorge.

Eines beweist jedoch die ganze krampfhafte Argumentation der Genossenschaftsgegner:

Die zusätzliche Genossenschaftssteuer bedeutet eine durch die wirtschaftliche Vernunft nicht zu begründende, unbillige, krasse Überforderung eines Teiles unserer Wirtschaft. Sie besitzt keine Grundlage in der demokratischen Verfassung unseres Landes.

Zu wenig durchgedacht hat der Verfasser wohl auch folgende Säze:

«Nun ist aber noch etwas Weiteres zu berücksichtigen. Das vom ‚Schweiz. Konsum-Verein' ausgeschlachtete Beispiel ist theoretisch konstruiert und *entspricht der wirtschaftlichen Wirklichkeit nicht.*

Die Genossenschaften arbeiten im allgemeinen mit einem kleineren Kapital als die Aktiengesellschaften.»

Selbstverständlich mussten wir ein Beispiel wählen, das mit Voraussetzungen arbeitet, die für die Genossenschaft wie für die AG. gleich sind. Denn so konnte das *Wesen* des eigentlichen Unrechts — eben die Nichtbesteuerung des Rabatts der AG. und die Besteuerung der Rückvergütung — *grundsätzlich* für *alle* der zusätzlichen Genossenschaftssteuer unterworfenen Genossenschaften besonders eindrücklich nachgewiesen werden. Deshalb diente das Bei-

spiel durchaus der Klärung *wirklicher* Verhältnisse. Der Verfasser des Artikels in der «Gewerbe-Zeitung» begeht gewiss einen Irrtum, wenn er in diesem Zusammenhang auf das *kleinere Kapital der Genossenschaften* hinweist. Wenn diese damit auch einem Teil der Ergänzungssteuer entgehen, so ist

das kleinere Kapital im Rahmen der zusätzlichen Wehrsteuer gerade ihr Verhängnis.

In unserem Beispiel haben wir ja — zu unseren Ungunsten — eine recht kapitalkräftige Genossenschaft gewählt. Hätten wir ihr ein kleineres Eigenkapital zugemessen, so hätten wir leicht beweisen können, dass die Genossenschaft nicht nur fünffach, sondern achtfach stärker als die AG. belastet ist. *Das grössere Kapital der AG. ist ihr grosser Vorteil.* Dadurch wird

eine grössere Anzahl von AG. von der zusätzlichen Wehrsteuer überhaupt nicht erfasst, weil die Ertragsintensität dank der grösseren Kapitalbasis nicht erreicht wird.

Der Artikel kommt u. a. zu folgendem Resultat:

«Die Genossenschaftsanhänger sollten darauf verzichten, den Fortschritt ihrer Bewegung auf einer ungenügenden Beteiligung an der Tragung der Staatsaufgaben, also einer Art *illoyaler Konkurrenz*, aufbauen zu wollen.»

«Die gesamte Wehrsteuerleistung an den Bund bleibt noch unter dem, was eine gleiche AG. entrichtet, und ausserdem stellt sich das Beispiel als keineswegs typisch, als keineswegs beweiskräftig heraus, da es sich um einen ausgesprochenen Ausnahmefall handelt. So zu tun, als ob diese Ausnahme die Regel bilde, ist nicht ehrlich. (Die Belastung der Rückvergütung und die Befreiung des Rabattes, die Ueberbesteuerung der schwachen Genossenschaft *ist* die Regel; die Red. des ‚SKV'.) Um so weniger ist Anlass, sich von dem journalistischen Trommelfeuer von Genossenschaftsseite Eindruck machen zu lassen. *Es wird dort nicht um Gerechtigkeit, sondern um die Wahrung unbilliger Privilegien auch in der Zukunft gefochten.*»

Wenn man die zusätzliche Wehrsteuer mit solchen Argumenten zu begründen versucht, wie das in der «Gewerbe-Zeitung» geschehen ist, so dürfen wir es gewiss der Oeffentlichkeit überlassen, zu beurteilen, auf welcher Seite die «illoyale Konkurrenz» und die «Privilegierung» sind.

Beachtenswert sind auch noch folgende Sätze:

«Die Vertreter der Privatwirtschaft werden *nie* verlangen, dass *die Genossenschaften mehr besteuert werden als die privaten Erwerbsunternehmungen.* Was sie fordern, sind nur steuerlich gleich lange Spiesse.»

Hierauf können wir nur das eine antworten:

Wenn es dem Gewerbeverband mit dieser Feststellung ernst ist und er ehrlich zu ihr stehen will, dann gibt es nur eine Konsequenz:

Hinweg mit der zusätzlichen Genossenschaftssteuer!

Die Mitgliederwerbung in den Konsumvereinen

1. Grundsätzliches über die Notwendigkeit der Mitgliederwerbung

Die kontinuierliche Mitgliederwerbung darf sicher zu den wichtigsten Aufgaben gerechnet werden, die Behörden und Verwaltung eines Konsumvereins gestellt werden. Mitgliederwerbung erhöht den Umsatz und sichert dem Verein jene Breiten- und Tiefenentwicklung, die für sein Fortbestehen unumgänglich notwendig ist. In zahlreichen Vereinen wird aus Gründen, die wir nicht kennen — und die keinesfalls als stichhaltig angesehen werden können — überhaupt auf eine methodische Mitgliederwerbung verzichtet. Man überlässt diese wichtige Propagandaarbeit dem Zufall und begnügt sich damit, am Ende eines Betriebsjahres das positive oder negative Schlussresultat der Mitgliederentwicklung zu konstatieren. Anderswo wiederum wird die Aufgabe der Mitgliederwerbung «vertrauensvoll» in die Hände der Behörden, vornehmlich aber der Frauenkommission gelegt und man schätzt sich glücklich, von diesem schwierigen Problem entlastet zu sein.

Diese indifferente Einstellung ist falsch und schädlich. So wie Verwaltung und Behörden der Beschaffung von Waren ihre volle Aufmerksamkeit schenken, so muss auch die Mitgliederwerbung intensiv und kontinuierlich durchgeführt werden. *Warenumsatz und Mitgliederwerbung sind innig miteinander verbunden.* Es wird notwendig sein, dass sich die Konsumvereine über diese Tatsache Rechenschaft geben und daraus die entsprechenden Schlussfolgerungen ziehen.

Es soll nachstehend versucht werden, das Problem der Mitgliederwerbung gründlich zu durchleuchten und Mittel und Wege zu zeigen, um zu einem erfolgreichen Ziele zu kommen. Mit Bedacht und Absicht wird dabei auf die Grösse des Vereins Rücksicht genommen. In kleineren und mittleren Konsumvereinen stellen sich die Fragen anders, als in grossen Genossenschaften. Auch ist zwischen Stadt und Land grundsätzlich zu unterscheiden. Hingegen habe ich mich bemüht, meine Ausführungen so zu gestalten, dass ihre Durchführung praktisch möglich ist.

Vor allem muss angestrebt werden, die Mitgliederwerbung zwischen Verwaltung und Behörden zu *koordinieren.* Diese Zusammenarbeit gestattet wohl, dass der Verwalter die vorgesehenen Werbearbeiten an geeignete Funktionäre und Behördemitglieder überträgt, er muss aber in jedem Falle als Zentrum der Initiative und Kontrolle angesprochen werden. In der Person des Verwalters erhält die methodisch organisierte Werbung recht eigentlich die Quelle neuer Ideen und Anregungen. Er ist und bleibt der führende Kopf aller Propagandaaktionen.

Eine Ausnahme bilden vielleicht jene Konsumvereine, die zufolge ihrer Grösse eigene, selbständige Propaganda-Abteilungen unterhalten. Selbstverständlich obliegt in diesem Falle die Mitgliederwerbung den Leitern der Propaganda-Abteilungen. Aber auch sie sind der ihr vorgesetzten Zentralverwaltung direkt verantwortlich und haben über ihre Massnahmen laufend zu berichten.

Die Mitgliederwerbung kann aber ihrer Bedeutung und ihrer technischen Durchführung wegen nicht als besonderer Teil der laufenden Propaganda angesehen werden. Mit andern Worten:

Die Mitgliederwerbung ist an sich so innig mit der Gesamtpropaganda, mit dem Geschäftswesen und dem Vereinsleben verbunden, dass jede Gelegenheit benützt werden soll, um sie erfolgreich anzuwenden.

Auf dieses Faktum ist besonders bei der Durchführung eigentlicher Mitgliederwerbungs-Kampagnen Rücksicht zu nehmen. Was nützt uns eine gross-

angelegte Aktion zur Gewinnung neuer Mitglieder, wenn in den Läden schlecht bedient wird, wenn das Warenangebot ungenügend ist, oder wenn die Qualität der Ware zu wünschen übrig lässt?

Als zweite wichtige Voraussetzung für eine erfolgreiche Mitgliederwerbung hat deshalb zu gelten, dass der Konsumverein *in jeder Beziehung auf der Höhe seiner Aufgaben* steht.

Und weil die Mitgliederwerbung permanent durchgeführt werden muss, — wobei eigentliche Aktionen gewissermassen als Höhepunkte angesprochen werden sollen, — können dafür fast alle gebräuchlichen Werbemittel eingesetzt werden. Jedenfalls ist vor der Planung einer Propagandaaktion, vor dem Entwurf für ein Werbemittel, immer die Beziehung zur Werbung neuer Mitglieder anzustreben.

Abschliessend resümiere ich nochmals kurz:

a) die Mitgliederwerbung ist fortgesetzt durchzuführen;

b) dem Verwalter obliegt die Aufgabe, die Mitgliederwerbung zu stimulieren und die getroffenen Massnahmen zu kontrollieren.

c) ideelle Propaganda und materielle Werbung sollen immer im Blickfeld der Gewinnung neuer Mitglieder gestaltet werden.

2. Die Möglichkeiten der Mitgliederwerbung

Wer soll nun als Genossenschaftsmitglied gewonnen werden? Die Möglichkeiten dafür sind mannigfach und können von kleineren und von grösseren Konsumvereinen ausgenützt werden. Es ist bei der Werbung vor allem darauf Bedacht zu nehmen, dass keine Gelegenheit ausser acht gelassen wird, um mit der genossenschaftlichen Propaganda einzusetzen. Diese möglichen Gelegenheiten sind nachstehend in freier Folge aufgeführt:

a) Konsumenten, die bisher nicht Mitglied des Vereins waren, aber in dessen Wirtschaftsgebiet wohnen

In Frage kommen vor allem Arbeiter, Angestellte, Landwirte, Beamte, gewisse Kategorien freierwerbender Berufe wie Journalisten, Künstler, Kunstmaler u. a., dann Lehrer, erwerbstätige Frauen, Pensionierte, Gemeinde-, Staats- und Bundesangestellte aller Kategorien und endlich in gewissem Masse auch selbständige Handwerker, Gewerbetreibende und Detaillisten. Diese bunte Auslese der «Mitgliederkandidaten» zeigt bereits deutlich, dass mit der Werbung behutsam vorgegangen werden muss. Völlig falsch und zum voraus zum Misserfolg verurteilt wäre ein gleichgültiges «Ueber-den-gleichen-Leist-schlagen» aller hier aufgezeichneten Berufe und Stände.

b) Konsumenten, die neu im Wirtschaftsgebiet des Vereins Wohnsitz nehmen

Hier gilt das bereits unter Ziff. a) aufgeführte Berufs- und Standesregister. Als neues, wesentliches Merkmal kommt bei der Werbung die *Aktualität* hinzu. Wer seinen Wohnsitz wechselt, wird im neuen Domizil rasch mit einer Flut von Reklamematerial überschwemmt und bleibt auch vor Hausbesuchen tüchtiger Geschäftsleute nicht verschont. Gerade in solchen Fällen gilt es durch die Gediegenheit der genossenschaftlichen Werbung, sich die Zuneigung des Umworbenen zu sichern. Adressen von Neuzugezogenen vermittelt in jedem Falle immer die Schriftenkanzlei des betreffenden Ortes. In grösseren Städten wird dies prompt und vorteilhaft durch die «Schreibstube für Stellenlose AWZ» besorgt. Die zu entrichtende Gebühr ist überaus niedrig.

c) Konsumenten, die innerhalb der Ortschaft oder des Wirtschaftsgbietes ihr Domizil wechseln

Innerhalb der Mitgliederwerbung ist auch dem sogenannten «Quartalsumzüger» Aufmerksamkeit zu schenken. Es bietet sich hier die willkommene Gelegenheit, besonders solche Kandidaten zu bearbeiten, die früher aus gewissen Gründen eine Mitgliedschaft ablehnten.

d) Propagandistische Bearbeitung von Brautpaaren (Verlobte)

Auch diese Kategorie Konsumenten ist für die Mitgliederwerbung interessant. Sicher kümmert sich die zukünftige Ehefrau bereits um den täglichen Einkauf ihrer Lebensmittel. Es ist deshalb von Vorteil, sich bei der Werbung vor allem an die Braut zu wenden, da sie sich in allen diesen Fällen, die schliesslich das gemeinsame Familienleben betreffen werden, ohnehin mit ihrem Bräutigam besprechen wird. Als weiteres wichtiges Moment kommt hinzu, dass das Brautpaar sich jedenfalls bereits intensiv mit dem Zusammenstellen der Aussteuer und der Wohnungseinrichtung befasst. Der Konsumverein darf sich die Chance nicht entgehen lassen, sich hier in diskreter Weise beratend einzuschalten. Die vom Brautpaar mit der Genossenschaft gemachten Erfahrungen werden sich später, nach erfolgter Vermählung, entscheidend bemerkbar machen.

Für die Eruierung der Verlobtenadressen lässt sich mit Erfolg das eigene Personal, vorab die Verkäuferinnen, «einspannen». Aber auch die Behördemitglieder, die Frauen- und Jugendorganisationen können in den Dienst dieser Werbung gestellt werden. Da eine solche Mitarbeit naturgemäss nur auf freiwilliger Basis verlangt werden kann, empfiehlt es sich, die zur Verfügung gestellten Adressen zu honorieren. Der Allgemeine Consumverein beider Basel zahlt beispielsweise pro Verlobtenadresse eine Entschädigung von Fr. 1.— und hat mit dieser Methode gute Erfahrungen gmacht.

e) Propagandistische Bearbeitung von frisch verheirateten Ehepaaren

Die Adressen dieser Ehepaare sind gegen geringe Gebühr von jedem Zivilstandsamt erhältlich. Dass eine geschickte, in der Form gediegene Mitgliederwerbung gerade in diesen Fällen erfolgreich sein wird, ist nicht von der Hand zu weisen. Die Werbung wird erleichtert, wenn der Ehemann oder die Ehefrau aus einem Milieu stammt, das mit dem Konsumgenossenschaftswesen bereits vertraut ist.

f) Ein Kind kommt auf die Welt!

Hat die Mitgliederwerbung weder bei der Verlobung, noch bei der Verheiratung zu einem Erfolg geführt, so bietet sich bei der Geburt eines Kindes eine neue Gelegenheit, den Versuch zu wiederholen. Mit einem netten Brief, vielleicht mit einem Geschenklein begleitet, kann auf die Vorteile der Mitgliedschaft hingewiesen werden. Dass es auch hier

auf den nötigen Takt und auf ein gewisses Feingefühl ankommt, ist selbstverständlich. — Für die Eruierung der Adressen kommt ebenfalls das Zivilstandsamt in Frage.

g) Allgemeine Betrachtung

Wie immer bei der genossenschaftlichen Propaganda stellt sich auch hier das Problem: Soll bei der Mitgliederwerbung das ideelle oder das materielle Moment stärker hervortreten? Beide Momente verdienen Rücksichtnahme und haben demzufolge auch ihre Berechtigung. Als Regel soll gelten: Das eine tun und das andere nicht lassen. Die Idee unterscheidet uns vom privaten Detaillisten. Aus diesem Grunde muss vor allem der Selbsthilfegedanke markant herausgearbeitet werden. Davon ausgehend lassen sich dann die mannigfachen materiellen Vorteile (Rückvergütung, konsumentenfreundliche Preise, gute Warenqualität usw.) ableiten und wirksam zur Darstellung bringen.

Die ganze Werbung muss aber ein gediegenes, vornehmes Gepräge haben. Auch in der Werbung entscheidet oft, so paradox es klingen mag, klug geübte Zurückhaltung.

(Fortsetzung folgt)

Lob der Genossenschaft

Im «Zürcher Bauer» wird eindrücklich die hohe Bedeutung geschildert, die einer flott arbeitenden landwirtschaftlichen Genossenschaft im dörflichen Gemeindeleben zukommt. Wir lesen u. a.:

«Die Genossenschaften sind keine geistig toten, blossen Warengeschäfte, die nur des finanziellen Vorteils, des lieben Geldes wegen betrieben werden. Sogar die primitivsten und ruhigsten Genossenschaften sind beseelte Gemeinschaften. So führt schon die Käsereigenossenschaft die entfernten Bauern, die Hofbewohner, die Ober- und Unterdörfler täglich zusammen und bringt sie sich gegenseitig näher. Die Milchzahltage, die Jahresversammlungen, die belehrenden Veranstaltungen fördern das Zusammengehörigkeitsgefühl und die Solidarität. Gemeinsame Leistungen wie die Ablieferung ganzer Wagenladungen Tafel- und Mostobst, Kartoffeln, Getreide usw. in einwandfreier Qualität fördern den richtigen Bauernstolz und schaffen Standesbewusstsein ohne Ueberheblichkeit und Einbildung.

Die scheinbar bloss materiellen Gewinnen dienende genossenschaftliche Warenvermittlung (Bedarfsartikel wie Produkte) hebt direkt und indirekt die Handels- und Geschäftsmoral und fördert die Qualitätslieferung. Es ist ein offenes Geheimnis, dass in Gebieten mit ausgebauten Genossenschaften der Schwarzhandel fast unbekannt ist, im Gegensatz zu Gegenden, wo die ganze Gemeinde mehr oder weniger «Handel» treibt, den Mäkler, «Schickler», «Schmuser» oder Jagdhund spielt, wo das Leben keinen Reiz hat, wenn es einem nicht gelingt, den andern, selbst den Nachbarn oder «guten Geschäftsfreund» übers Ohr zu hauen. Die zuständigen Behörden haben auch erfahren, dass in Gemeinden mit gut geführten Genossenschaften den Anbauweisungen prompt und vollinhaltlich pflichtbewusst nachgelebt wurde und dass da schlaue Drückeberger und berechnete «Vörteler» sehr dünn gesät sind, im Gegensatz zu Gemeinden, wo man sich seiner Renitenz und «Geschäftstüchtigkeit» noch rühmt, und wo sie selbst von Behörden und Beamten noch verteidigt und geschützt werden. In Gemeinden mit bewussten Genossenschaftern können unseriöse Reisende und Hausierer mit dubiosen Waren bei gutmütigen Leuten viel weniger Geschäfte machen und diese übervorteilen. Und wer einen Blick ins Zahlungswesen des kleinen Mannes tun kann, der weiss auch, dass die bestimmte Forderung der Barzahlung, wie sie von einsichtigen Genossenschaftsverwaltungen im wohlwollenden Interesse der Käufer praktiziert wird, die ökonomische Lage finanzschwacher Familien festigt und nicht wie Schuldenwirtschaft und Abzahlungsunwesen Moral und Familienglück zerstören.

Das gleiche gilt auch für die ebenso scheinbar nur wirtschaftliche, rentable Zwecke verfolgende fachliche Belehrung der Mitglieder.»

Der Wiederaufbau der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung

Zonenkonferenz der Konsumgenossenschaften in Düsseldorf

Am 19. November 1946 fand im GEG-Gebäude, Düsseldorf, die von der britischen Militärregierung einberufene III. Zonenkonferenz für Vertreter von Konsumgenossenschaften statt. Die Konferenz war von etwa 200 Vertretern besucht. Sie wurde von Group-Cpt. Greensmith eröffnet. Anwesend waren seitens der britischen Militärregierung der erste Sachberater für Genossenschaftswesen in der britischen Zone, Mr. Barber (Berlin) und Mr. *Watkins* (Berlin), Verbindungsmann des Ministers Hynd in der britischen Zone. Ausserdem waren anwesend der Senior-Kontrolloffizier Nordrhein-Westfalen, Oberst Besley (Düsseldorf), Mr. Neter und Mr. Daltrop von der Politischen Abteilung (Berlin), Mrs. Boyle (Bünde) sowie mehrere Herren von der German Organisation Branch (Minden) und die Offiziere der Property-Control aus Düsseldorf, Münster und Hannover. Als Dolmetscher fungierte Herr Kiesslich (Düsseldorf).

Mr. Barber begrüsste die Konferenz mit einer ausführlichen Darstellung der Arbeiten der Militärregierung für den Wiederaufbau der Konsumgenossenschaften. In der britischen Zone seien bis jetzt 89 Konsumgenossenschaften gegründet; für 62 derselben sind die Satzungen bereits genehmigt. Seit der II. Zonenkonferenz wäre die Anordnung der britischen Militärregierung Nr. 39 ergangen, die für die neugegründeten Konsumgenossenschaften die Rechtsgrundlage bildet.

Remmele (Hamburg) berichtete hierauf über die Absichten, das Schulungswesen in den Konsumgenossenschaften wieder in die Wege zu leiten. Genossenschafter Sierakowsky sei gebeten worden, die Fortbildungsschule aufzurichten. Es bestehe der Plan, zunächst mit Kursen von sechswöchiger Dauer bei etwa 30 Teilnehmern zu beginnen. Man sei eben dabei, die Lehrkräfte zu gewinnen.

Diesem Unterbau genossenschaftlicher Schulung soll ein Oberbau zur Seite gestellt werden. Die Hamburger Gewerkschaften, der Zentralverband und der Senat von Hamburg seien übereingekommen, in Anlehnung an die Universität Hamburg eine «Akademie für Gemeinwirtschaft» zu errichten, die unter Führung eines Kuratoriums als selbständige Institution ins Leben treten soll. Die Konsumgenossenschaften hätten ein Drittel des finanziellen Aufwands zu übernehmen.

Eine *Frauensektion* innerhalb der konsumgenossenschaftlichen Bewegung soll ins Leben gerufen

werden, worüber Herr Remmele ebenfalls berichtete. Diese Angelegenheit sei mit den Vertretern des IGB durchbesprochen worden. Man habe Frau Riedl, die vor 1939 in der deutschen konsumgenossenschaftlichen Bewegung der Tschechoslowakei führend tätig war, von London herübergebeten, damit sie auf Grund ihrer alten Erfahrungen innerhalb der Konsumgenossenschaften Frauensektionen aufrichte. Ihre internationalen Beziehungen werden der deutschen Frauenbewegung sehr zum Vorteil gereichen. — Die auf der Konferenz vertretenen Frauen gründeten einen Frauenausschuss für Nordrhein-Westfalen.

Es sollte noch über die Gründung von genossenschaftlichen Jugendorganisationen gesprochen werden. Herr Remmele teilte mit, dieser Punkt sei nur deswegen auf die Tagesordnung gesetzt, um zu berichten, dass für die Errichtung von Jugendorganisationen die Zeit noch nicht herangereift sei. Es sei zunächst Aufgabe der Konsumgenossenschaften, ihr jugendliches Personal in Lehrkursen in genossenschaftlichem Geist zu erziehen. Wenn über die Ergebnisse dieser Lehrtätigkeit einmal eine Uebersicht zu erlangen wäre, könne man auf diese Angelegenheit zurückkommen.

Eine Botschaft der Englischen Genossenschaftlichen Frauengilde an die deutschen Genossenschafterinnen

«Im Namen der englischen Genossenschafterinnen, organisiert in der Genossenschaftlichen Frauengilde, senden wir den deutschen Frauen, die nun bemüht sind, sich auf genossenschaftlicher Grundlage zu vereinigen, die herzlichsten Grüsse.

Als Genossenschafterinnen sind wir davon überzeugt, dass der Aufbau einer freien, friedlichen Welt nur durch die praktische Anwendung genossenschaftlicher Grundsätze verwirklicht werden kann, und wir wünschen unseren deutschen Schwestern Erfolg zur Durchführung dieser Aufgabe. Wir wissen, dass grosse Schwierigkeiten zu überwinden sind, doch sind wir davon überzeugt, dass mit Entschlossenheit und Tatkraft die Ideale der Genossenschaftsbewegung verwirklicht und ihre Grundsätze praktisch in die Tat umgesetzt werden können.

Wir glauben, dass die Frauen der Welt eine gewaltige Macht darstellen, die dann in richtiger Weise ausgeübt wird, wenn der genossenschaftliche Geist die treibende Kraft bildet.

Die Frauen, vereinigt in der Englischen Genossenschaftlichen Frauengilde, senden diese Botschaft guten Willens ihren deutschen Schwestern. Sie versprechen ihnen jegliche Unterstützung, die von England aus gewährt werden kann, sollte die Notwendigkeit dies erfordern.»

Für die Englische Genossenschaftliche Frauengilde,
gezeichnet: C. E. Lloyd, Nationale Präsidentin
Cecily Cook, Generalsekretärin.

Aus «Konsumgenossenschaftliche Rundschau», Hamburg

Volkswirtschaft

Aufgaben und Probleme des Gemüsebaues und der Gemüseverwertung

Eine eindrucksvolle kantonale Gemüsebautagung fand am 30. Januar in Liestal statt. Die dort behandelten Probleme dürften auch gesamtschweizerisch von Interesse sein.

Der sehr initiative und umsichtige Leiter der Gemüsebauaktion des Kantons Baselland, Herr *Kaufmann,* stellte für den zukünftigen Gemüsebau drei Punkte in den Vordergrund: Lenkung der Produktion, Absatzsicherung und Gewährung eines genügenden Preises. Da der Gemüsebedarf wieder stark zurückgehe, sei eine Lenkung der Produktion auf kantonaler oder besser noch eidgenössischer Basis notwendig. Die Einschränkung des Anbaues einzelner Gemüsearten dränge sich auf. Das wirksamste Mittel zur Vermeidung von Absatzstockungen sei der *Vertragsanbau.* Kein Gemüseanbau ohne vertragliche Absatzsicherung sei die Parole. Im übrigen empfiehlt Herr Kaufmann den Gemüseproduzenten eine enge Zusammenarbeit mit den Verwerterorganisationen im Sinne von: «Stadt und Land, mir rede mitenand.»

Aus Kreisen der Gärtnerschaft der Stadt Basel wurden schwere Bedenken wegen der nun wieder in Gang gekommenen *Gemüseeinfuhr aus dem Elsass* vorgebracht. Nicht in erster Linie die Menge der eingeführten Gemüse sei zu beanstanden, sondern vor allem die zufolge der Valutaverhältnisse mögliche Preisdrückerei der Elsässer.

In der *Diskussion* wurde dann auch neben den Absatzsorgen der Zukunft in erster Linie das Preisproblem behandelt. Herr *Hans Keller,* Vizedirektor der Abteilung Landwirtschaft des Eidg. Volkswirtschaftsdepartements, legte dar, dass das Gemüse keinen gesetzlichen Schutz geniesse wie etwa das Obst, die Kartoffeln und das Getreide durch die Alkohol- und Getreidegesetzgebung. Die kommende Agrargesetzgebung werde den Behörden erst die Möglichkeit geben, mehr zu tun. Die Bereitschaft des Bundes zur Bewirtschaftung des Importes sei vorhanden. Das Elsässergemüse-Problem werde in der gemäss Konvention eingesetzten gemischten Kommission zur allseitigen Zufriedenheit zu lösen versucht, wobei man auch der Valutafrage die nötige Aufmerksamkeit schenken werde.

Eine gewisse Nervosität und Angst der Gemüsebauern und -gärtner der Nordwestschweiz machte sich an dieser eindrucksvollen Tagung bemerkbar. Anderseits kamen auch optimistischere Meinungen zum Ausdruck, denen es ferne lag, den Glauben an eine künftige Rentabilität des Gemüsebaues aufzugeben, in der Erkenntnis: Wer sich selbst aufgibt, ist verloren.

Die Gemüse vermittelnden Konsumvereine müssen vor allem die vorgängig skizzierten Perspektiven des Leiters der basellandschaftlichen Gemüsebauaktion interessieren. Herr Kaufmann geht auf keinen Fall fehl, wenn er eine *weitere Einschränkung des Frischgemüseverbrauches* voraussieht, welche um so stärker zum Ausdruck kommt, je mehr wieder Ausweichprodukte erhältlich sind. Die Hausfrauen sind vielfach etwas müde vom Gemüse- und Kartoffelrüsten während der Mangelzeit, so froh sie damals um diese Produkte waren. Auch sind zufolge der Konjunktur wieder viel mehr Frauen berufstätig und finden nur wenig Zeit für die Zubereitung der Mahlzeiten. Dazu kommt noch die grosse Dienstbotennot. Es ist ihnen deshalb auch nicht zu verargen, wenn sie beim Einkauf vermehrt rasch zubereitbare Nahrungsmittel wie Konserven bevorzugen. Diese Tatsache macht sich bereits in einer starken Nachfrage nach Gemüsekonserven bemerkbar, was anderseits einem *vermehrten Anbau von Konservengemüsen* ruft. Leider stehen aber zurzeit für diese sehr arbeitsintensiven Kulturen nicht mehr überall genügend Arbeitskräfte zur Verfügung.

Im grossen und ganzen ist Herr Kaufmann sicher auf dem richtigen Weg, wenn er sowohl in bezug auf die Qualität als auch mengen- und sortenmässig einer Anpassung der Gemüseproduktion an den Bedarf und der Sicherstellung des Absatzes durch Anbauverträge in Verbindung mit einer weisen Handhabung des Importes das Wort redet, wenn Preiszusammenbrüche vermieden werden sollen. F. B.

Britische Lebensmittelsubventionen

Die Kosten der Lebensmittelsubventionen belaufen sich in diesem am 5. April 1947 zu Ende gehenden Finanzjahr auf 364 Millionen £. Hievon entfallen ungefähr 178 Millionen £ auf importierte Lebensmittel. Da sich die ordentlichen Staatsausgaben des laufenden Finanzjahres auf 3,69 Milliarden £ belaufen, kommen die Lebensmittelsubventionen also fast 10 % des Gesamtbudgets gleich. Diese Subventionen besitzen einen hohen sozialen Wert, indem sie die Lebensmittel-Einzelhandelspreise auf einem erträglichen Niveau halten. Sie sichern der Landwirtschaft genügend günstige Preise und stabilisieren den ziemlich künstlichen Lebenshaltungskostenindex, auf dem die Löhne für 2 bis 3 Millionen britischer Arbeiter basieren.

Wie sich diese Subventionen auf die Preise für britische Lebensmittel auswirken, zeigen die folgenden Einzelheiten. Ein Brot von 4 lb Gewicht kostet heute 10 ¼ d. Es würde ohne Subvention 1 s 2 ¼ d kosten, d. h. der Staat zahlt auf jedes Brot 4 ¼ d Subvention. Fleisch, das 1 s 3 ¾ d per lb kostet, schliesst eine Subvention von 2 d ein. Speck wird durch eine Subvention von 3 ¼ d auf 1 s 10 ½ d per lb gehalten. Bei der Butter hält eine Subvention von 6 ¾ d den Preis auf 1 s 6 d per lb. Bei der Margarine beträgt die Subvention 2 d und der subventionierte Einzelhandelspreis 9 d per lb. Sehr hoch ist die Subvention beim Käse, der durch den Staatszuschuss von 5 ½ d auf 1 s 1 d per lb gehalten wird. Auch der Zucker gehört mit einem Preis von 4 d und einer Subvention von 2 ¾ d per lb zu den am stärksten subventionierten Lebensmitteln. Kartoffeln, die 6 ½ d für 7 lb kosten, würden ohne die 3 ½ d betragende Subvention auf 10 d steigen. Demgegenüber ist die Teesubvention von 3 d per lb prozentual bescheiden, denn der subventionierte Preis für die gangbaren Qualitäten macht noch immer 2 s 10 d aus. Jedoch geht auch hier die vom Schatzamt zu bezahlende Summe bei dem riesigen britischen Verbrauch von fast 400 Millionen lb pro Jahr in hohe Millionenbeträge.

Diese Lebensmittelsubventionen waren ursprünglich nur für die Kriegszeit gedacht. Sie haben jedoch einen festen Boden gefasst und dürften auf längere Sicht beibehalten werden. (NZZ)

Die Preissenkungen in den USA-Warenhäusern

Die grossen Warenhäuser in den Grosstädten des Ostens und vor allem in Neuyork begannen bereits vor Weihnachten mit Räumungsverkäufen, zum Teil mit drastischen *Preissenkungen*. Die Preise für Kürschnerwaren lagen durchschnittlich um etwa 25 % unter dem vor einigen Monaten registrierten Niveau, wobei allerdings auch das warme Vorweihnachtswetter eine Rolle spielte; im Grosshandel haben sich neuerdings wieder Haussetendenzen bemerkbar gemacht. Reinseidenstrümpfe, die zeitweilig 3 bis 4 Dollar pro Paar gekostet hatten, wurden in Neuyork zu 1,17 Dollar verkauft. Sporthemden für Herren sind mit Preisabschlägen von 25 bis 50 % ebenfalls in den Vorweihnachtsverkauf eingeschlossen worden. Während an Damenkleidern aus Kunstseide Mangel herrschte, verfügte der Detailhandel über grosse Bestände an Wollsachen, die — zum Teil ebenfalls unter dem Einfluss der warmen Witterung — mit reduziertem Gewinn losgeschlagen werden mussten. Damenhandtaschen, die vor wenigen Monaten noch zu 25 Dollars abgingen, wurden zu 15 Dollars verkauft. Auch Handschuhe und Schirme erlitten Abschläge. Macy's kündigte auf Spielwaren Reduktionen bis zu 64 % an. Von einem allgemeinen Preiszerfall kann trotzdem noch nicht gesprochen werden. Zum Teil wurden Ersatzprodukte und qualitativ minderwertige Artikel losgeschlagen, nachdem das amerikanische Publikum wieder wählerischer zu werden beginnt. Ferner mussten ausgesprochen übersetzte Positionen abgebaut werden. Dauerhafte Güter behaupten sich jedoch nach wie vor auf der ganzen Linie.

«Schweiz. Wirtschafts-Kurier»

Kurze Nachrichten

Rückläufige Milchproduktion. Im Dezember 1946 blieben die Milcheinlieferungen im gesamtschweizerischen Durchschnitt um 1,76 % unter denen vom Dezember 1945. In allen Kantonen der Westschweiz konnte zwar eine Zunahme verzeichnet werden; doch wiesen namhafte Produktionsgebiete der deutschsprachigen Schweiz Einlieferungsrückgänge auf, so der Kanton Bern von 6,78 %, der Kanton St. Gallen von 3,53 %, der Kanton Zürich von 2,14 % und der Kanton Aargau von 3,73 %. Die kühle Witterung des Christmonats hat sich ungünstig auf die Milchproduktion ausgewirkt.

Im gleichen Monat war die Ablieferung von Schlachtkühen um 14,2 % grösser als im Dezember 1945. Dies wird darauf zurückgeführt, dass überall die Fütterung mit Dürrfutter einsetzte, wobei sich die diesmal meist schlechte Qualität des Rauhfutters bemerkbar machte.

Der Motorfahrzeugbestand stellte sich am 30. September 1946 auf 121 273 Einheiten. Seit dem Stichtag des Vorjahres hat er um 75 061 Fahrzeuge oder 162 % zugenommen. Der Stand der Krisenjahre 1936 und 1937 wurde überschritten und jener der übrigen dreissiger Jahre nahezu erreicht.

Der Landesindex der Kosten der Lebenshaltung verbleibt Ende Dezember 1946 mit 212,0 (Juni 1914 = 100) bzw. mit 154,5 (August 1939 = 100) annähernd auf Vormonatsstand (+ 0,1 %); gegenüber dem Dezember des Vorjahres beträgt die Erhöhung 2,6 %. Die Indexziffer der Nahrungskosten beläuft sich zu Ende des Berichtsmonats auf 215,9 (+ 0,2 %) und die Gruppenziffer der Brenn- und Leuchtstoffe (einschliesslich Seife) auf 172,4. Die Indexziffer der Bekleidungskosten wird mit 263,7 und der Mietpreisindex mit 177,5 fortgeschrieben.

Der Index der Grosshandelspreise (Nahrungsmittel, industrielle und landwirtschaftliche Roh- und Hilfsstoffe) verbleibt Ende Dezember 1946 mit 218,6 (Juli 1914 = 100) bzw. mit 203,3 (August 1939 = 100) auf Vormonatsstand. Gegenüber dem Stand vor Jahresfrist weist er eine Erhöhung um 1,7 % auf. Den im Vergleich zum Vormonat leicht gesunkenen Preisen für Nahrungsmittel stehen geringfügige Preiserhöhungen für Roh- und Hilfsstoffe sowie für Futtermittel gegenüber.

Die wertmässigen Kleinhandelsumsätze lagen im Total der erfassten Betriebe im Dezember 1946 um 17,1 % und im Jahresergebnis 1946 um 18,2 % über Vorjahresstand.

Der Aussenhandel im Dezember 1946 zeitigte eine Einfuhr von 366,8 Millionen Franken und eine Ausfuhr von 264,1 Millionen Franken gegenüber 262,6 bzw. 166,9 Millionen Franken im Dezember 1945. In Prozenten von 1938 beläuft sich die Einfuhr auf 136 %, die Ausfuhr auf 116 % (im Vormonat 130 bzw. 117).

Was nicht anders zu erwarten war. Gegen eine eidgenössische Getränkesteuer. Das in Lausanne tagende Komitee des Verbandes schweizerischer Kellereibesitzer nahm — wie in der Presse berichtet wird — unter dem Vorsitz von Nationalrat Cottier Kenntnis von den Besprechungen, die zur Prüfung des Projektes über eine neue eidgenössische Getränkesteuer stattgefunden haben. Das Komitee hat einstimmig gegen diese Vorlage Stellung genommen. Es macht geltend, dass eine eidgenössische Getränkesteuer vor allem alle Produzenten treffen würde. Die Finanzen des Bundes könnten und müssten durch eine feste allgemeine Sparpolitik und nicht durch Schaffung neuer Steuern auf dem Konsum saniert werden. Eine Getränkesteuer würde ausserdem zu einem mit dem Steuerergebnis nicht vergleichbaren neuen Beamtenapparat führen, eine Steigerung der Getränkepreise hervorrufen, Ungleichheiten vor allem zu Lasten der einheimischen Weinproduzenten zur Folge haben und Produkte doppelt belasten, die jetzt schon durch die Umsatzsteuer stark betroffen werden.

Die Situation in der Butterversorgung bessert sich. Die Importsituation zeigt einige Lichtblicke. So hat Dänemark die für Januar/März in Aussicht gestellten 50 Wagen Butter rasch nach Neujahr geliefert. Zudem befindet sich ein erster grösserer argentinischer Buttertransport, nachdem der Ankauf durch die «Butyra» schon vor einem halben Jahr erfolgt war, nun endlich auf hoher See.

Der Lagerbestand an Käse ist gegenüber dem Vorjahre um 150 Wagen geringer. Sobald die Butterversorgung als definitiv gesichert gelten kann, soll die vermehrte Käsefabrikation einsetzen.

Hausbrandkohle. Die Kohleneinfuhren sind keineswegs derart, dass sich die Zuteilungen an Kohle für die Haushaltungen erheblich erhöhen liessen.

Kolonial EG, Burgdorf. 40 % Mehrumsatz. Diese Einkaufsgenossenschaft hat den ihr angeschlossenen rund 800 Mitgliedern im verflossenen Geschäftsjahr für insgesamt Franken 28 456 000.— Waren vermittelt, gegenüber Fr. 20 425 000.— im Vorjahr. Die Umsatzausweitung entspricht einer Zunahme von rund 40 %. Das Stammkapital wird wie in den Vorjahren wieder mit 5 % verzinst.

Fahrräderpneus. Trotz stark erhöhter Importe und trotz einer gesteigerten Inlandproduktion besteht immer noch ein nicht vollständig gedeckter, grosser Nachholbedarf für Fahrradreifen, so dass deren Bewirtschaftung vorläufig beibehalten werden muss.

Angesichts der zunehmenden Besserung in der Versorgung — im Jahre 1945 wurden 290 000, im Jahre 1946 680 000 und in den ersten drei Wochen dieses Jahres 300 000 Bezugscheine den Kantonen abgegeben — ist schon eine weitgehende Lockerung in der Bewirtschaftung der Fahrradbereifungen möglich geworden. Heute kann sozusagen jedem berechtigten Zuteilungsgesuch entsprochen werden. Um dies auch weiterhin tun zu können, muss die Bewirtschaftung aufrechterhalten bleiben, solange bis die Versorgung vollständig sichergestellt ist.

Für die PRAXIS

Deine Worte

Worte können entweder der süsseste Nektar oder das tödliche Gift sein. Unsere Gespräche können uns nützen oder schaden. Auf nichts muss man strenger achtgeben als auf das Gespräch: denn wir wissen nie, wer zuhört.

Henri Ford fuhr auf einer verkehrsreichen Strasse, als ein Auto vor ihm plötzlich stoppte. Trotz seiner Anstrengungen stiess sein Wagen gegen den andern und verbog einen Kotflügel.

Der Chauffeur des angefahrenen Wagens sprang heraus und schrie: «*Was glauben Sie, wem dieses Auto gehört?*»

«*Es tut mir leid*», sagte Ford. «*Sie stoppten zu schnell. Einer Ihrer Kotflügel ist verbogen. Fahren Sie Ihren Wagen zur Ford-Dienstabteilung, dort wird er kostenlos repariert.*»

«*Das können Sie mir nicht angeben*», schnaubte der Chauffeur. «*Sie zahlen mir den Schaden, und zwar auf der Stelle.*» So sprachen sie weiter, und der Chauffeur zeigte sich immer aufgebrachter. Menschen sammelten sich an. Jemand kannte den grossen Industriellen und erkundigte sich: «*Was ist los, Herr Ford?*»

«*Was*», stammelte der Chauffeur, «*sind Sie Henri Ford?*»

«*Ja, der bin ich.*»

«*So, wenn ich das gewusst hätte, hätte ich Ihnen das alles nicht gesagt.*»

Diese Erklärung war überflüssig. In den wenigen Augenblicken des Gespräches hatte er sich als ein Mann erwiesen, der Höhergestellten gegenüber respektvoll, sogar untertänig war, aber äusserst intolerant mit Menschen, von denen er annahm, dass sie auf der sozialen Stufenleiter unter ihm ständen. Er selber hatte sich verurteilt. Kein Mensch, der seinen wuterfüllten Ausbruch gehört hatte, hätte ihn als Freund, Geschäftspartner oder Angestellten gewählt.

Viele Leute tragen zweierlei Umgangsformen mit sich, die sie wie Kleider wechseln. Tagsüber, auch wenn sie noch so unten durch müssen, sind sie gegen jedermann höflich; sobald sie aber nach Hause kommen, lassen sie an der Frau und den Kindern ihre Gereiztheit aus.

Die Zunge ist das unbändigste Ding. Sie muss geschult werden. Die Sprache sei des Menschen Dienerin und nicht seine Herrin.

Der Mensch, der uns glücklich machen kann, existiert ja nur in unserem eigenen Bewusstsein. Anstatt das Glück bei den Mitmenschen zu suchen, finden wir es in dem unaufhörlichen, faszinierenden Lebensstrom, der in uns und um uns fliesst. Wir werden das Glück finden, wenn wir aufhören, an uns zu denken, und anfangen, andern zu helfen. *Wir müssen geben, um zu empfangen.*

James Botkin
In Wirtschafts-Dienst, Emil-Oesch-Verlag.

Vorsicht - Gefahr!

* Unter dieser Ueberschrift veröffentlichte der Präsident des amerikanischen Genossenschaftsbundes, Murray D. Lincoln, folgende Warnung:

«Die meisten Genossenschaften wie auch die Privatgeschäfte erzielten in den letzten sechs Jahren sehr gute Geschäftsergebnisse. Die Bewährungsprobe steht ihnen aber noch bevor.

Verluste aus uneinbringlichen Guthaben und überbewertete Inventarbestände werden in den nächsten Jahren über manche Geschäftsbetriebe das Urteil sprechen.

Es stellt sich den Verwaltungen die Frage: Soll unsere Genossenschaft zu jenen gehören, die wegen Ueberschätzung des Wertes der Lagerbestände zu Grunde gehen?

Die Zeit, auf diese Frage zu antworten, ist gekommen, wenn nicht schon vorbei. Seid gewarnt! Zieht eure ausstehenden Guthaben ein, befreit eure Lager von allem, was nach Ersatz riecht; führt im Inventar nur gute Waren zu einem jederzeit erzielbaren Preis und überlegt genau eure Bestellungen!»

Der Postzustellungsdienst des englischen genossenschaftlichen Grosseinkaufsverbandes

* Die neue Postversandabteilung soll vorerst in den westlichen und nordwestlichen Bezirken des Landes versuchsweise arbeiten. Es wird berechnet, dass Jahr für Jahr für 12 bis 20 Millionen Pfund Sterling Waren durch Postversand an Besteller geliefert werden, die in der Mehrheit Mitglieder von Konsumgenossenschaften sind. Schon seit längerer Zeit waren deshalb Wünsche laut geworden, es möchte dieser Verkehr in genossenschaftliche Bahnen gelenkt werden. Die Bedingungen hierzu sind günstig, enthalten doch die Register der Verbandsgenossenschaften Namen und Adresse von rund 9 Millionen kaufkräftigen Konsumenten, was bei keiner privaten Firma der Fall ist.

Der *erste Warenkatalog* dürfte voraussichtlich in diesem Frühjahr versandbereit sein.

Der Postversand der Privatfirmen ist als eine beliebte Form des Kampfes gegen die Konsumgenossenschaften zu betrachten und einem eisernen Ring zu vergleichen, der um sie gelegt werde.

Der Versand soll prinzipiell nur gegen Barzahlung erfolgen. Die Lieferungsbedingungen sollen es den einzelnen Genossenschaften ermöglichen, auf den Bestellungen die übliche Rückvergütung auszurichten.

Es wird von der Einführung des Postversandes eine bedeutende Mitglieder- und Umsatzzunahme erwartet.

Planmässige Förderung des Personals

An einem meiner Personalführungskurse hat ein Geschäftsleiter den Vorschlag gemacht, quartalsweise Fragebogen an die Mitarbeiter zu verteilen, auf denen zum Beispiel folgende Fragen gestellt werden können:

1. Wie beurteilen Sie Ihre Leistungen während der letzten drei Monate?
2. Sind Sie auf irgendeinem Gebiet noch zu wenig sicher?
3. Wie glauben Sie sich die fehlenden Kenntnisse noch aneignen zu können?
4. Welcher Teil Ihrer Arbeit sagt Ihnen am besten zu und warum?
5. Sind Ihnen im Betrieb Dinge aufgefallen, die störend oder arbeitshemmend wirken oder sonst nicht im Interesse des Geschäftszieles liegen?
6. Wie glauben Sie, dass diese Mängel am besten behoben werden können?

Der Geschäftsleiter, der diesen Vorschlag machte, sagt mit Recht, dass die Antworten nicht nur zeigen, wie ein Mitarbeiter seine Arbeitsleistung einschätze, sondern sie ermöglichen auch, die Gesinnung zu erkennen und die Haltung, die er dem Geschäft gegenüber einnimmt. E. O.

Dienst am Mitglied

Das Fuhrwesen des ACV beider Basel

Als grösste schweizerische Konsumgenossenschaft unterhält der *Allgemeine Consumverein beider Basel* auch einen der grössten und umfangreichsten Transportbetriebe. Unter dem schlichten Namen «Fuhrwesen» verbirgt sich ein weitverzweigtes und organisatorisch genau eingespieltes Unternehmen, das völlig im Dienste der Mitglieder steht. Wir lassen für diesmal die immer noch zahlreichen Pferdefuhrwerke beiseite und befassen uns ausschliesslich mit dem motorisierten Wagenpark. Gegenwärtig hat der ACV beider Basel einen Motorfahrzeugbestand von

21 Dieselmotorlastwagen
51 Benzinmotorlastwagen
17 Lieferwagen
2 Traktoren mit Dieselmotoren
6 Elektromobile
67 Anhängewagen.

Dazu kommen noch diverse Personenwagen und andere Transportmittel.

Die im Bilde dargestellten Dieselmotorlastwagen gehören zu den leistungsfähigsten Erzeugnissen der schweizerischen Automobilindustrie. Ein paar technische Angaben mögen das beweisen: Der Dieselmotor schweizerischer Konstruktion arbeitet mit direkter Einspritzung des Rohöls (Doppelwirbelungsverfahren). Neben geringem Brennstoffverbrauch steht eine maximale Motorenleistung, und die Kostenersparnis an Brennstoffen gegenüber dem Benzinmotor beträgt bis zu 70 Prozent.

Seit dem zweiten Weltkrieg ist der Camionnagebetrieb des ACV beider Basel stetig und wesentlich modernisiert worden. Die alten Benz-Gaggenau-Motorlastwagen, die sich bis heute glänzend bewährten, wurden teilweise durch moderne Saurer-, Berna- und FBW-Dieselfahrzeuge ersetzt. Sieben neue Saurer- und Berna-Dieselmotorlastwagen mit 3-4 und 7 Tonnen Tragkraft wurden seit letztem Jahr in Betrieb genommen. Diese Fahrzeuge sind mit festem Blachenverdeck ausgerüstet. Dadurch gestaltet sich der Speditionsbetrieb rationeller und vor allem auch hygienischer. Ausserdem sind in der Automobilwerkstätte des ACV beider Basel 4 neue Dieselmotoren in Benzinmotorlastwagen eingebaut worden.

Diese kurzen Angaben zeigen, dass der Allgemeine Consumverein beider Basel stets bestrebt ist, sein Fuhrwesen in technischer und organisatorischer Hinsicht den neuesten Anforderungen anzupassen, um auf diese Weise den Mitgliedern am besten zu dienen. h.

Im Dienste der Mitglieder des ACV beider Basel

Bildungswesen

Fortbildungskurse bei der KG Bern

Von der Ueberzeugung ausgehend, dass gut vorgebildetes, mit den Erfordernissen der modernen Warenvermittlung vertrautes, genossenschaftskundiges Personal am besten in der Lage ist, seine Aufgabe zu erfüllen, führt der Verbandsverein in Bern vom Januar bis März 1947 eine Reihe Veranstaltungen durch, die das gesamte Personal erfassen sollen. So finden Kurse für Lehrtöchter im ersten und solche im zweiten Jahr statt. Obligatorisch sind weitere Kurse für alle Verkäuferinnen, die nach dem 31. März 1946 bei der KG Bern eingetreten sind; aber auch die andern Verkäuferinnen können diesen Vorträgen beiwohnen. An verschiedenen Abenden ist das Magazin- und Verkaufspersonal zu Vorträgen u. a. der Herren Dr. Pritzker, Gnädinger, Prokurist V. S. K., Dr. Wyss, Lebensmittelinspektor, zusammengerufen, und im März sollen das gesamte Personal und die Behörden zusammen Herrn Dr. Weber, Präsident der Direkton des V. S. K., über «Die Aufgabe der Genossenschaft im künftigen Wirtschaftsleben» sprechen hören.

Die Woche der Genossenschaftlichen Studienzirkel

Immer noch kommt es zur Gründung vereinzelter neuer Zirkel. In der Berichtswoche waren es 3, und zwar je 1 in **Altdorf, Erstfeld** und **Lausanne** (8. Zirkel). Einige weitere Gründungen stehen in sicherer Aussicht. Augenblicklich beläuft sich die Summe der in diesem Winter ins Leben getretenen Zirkel auf 86. Davon entfallen 51 auf die alemannische und 35 auf die welsche Schweiz und sind anderseits 48 deutscher und 38 französischer Sprache. Absolut schwingt die deutschsprachige Schweiz obenauf: dagegen ist es unmöglich, zu bestreiten, dass die französischsprachige Schweiz relativ unbedingt führend ist.

Der neue Zirkel von Lausanne «Pontaise» steht unter der Leitung eines der beiden Verfasser des neuen Studienzirkelprogrammes in französischer Sprache «L'histoire élémentaire des doctrines économiques», Herrn André Stalder, was bestimmt dazu betragen wird, dass die Zusammenkünfte besonders ergebnisreich sein werden.

Neue Aufrufe zur Beteiligung an Genossenschaftlichen Studienzirkeln finden sich in den Lokalauflagen von **Bellinzona, Brugg, Laupen** und **Lausanne.** h.

Bibliographie

«Büro und Verkauf». Die Januarnummer bietet vieles, was den Verkaufspraktiker interessieren wird: Aufschlüsse über die Vertreterfrage, über die Technik des Akkreditivgeschäfts und Aufstellungen über die Kosten von Anzeigen in Zeitungen und Zeitschriften mit grosser Auflage. Sprachliche Förderung bieten die Rubriken: «Le Courrier de langue française», «Exercises in Business Correspondence» und die Rubrik «5 Minuten Deutsch». «Reklameunterricht mit umgekehrten Vorzeichen» ist eine besinnliche Abhandlung, in welcher auf die Notwendigkeit hingewiesen wird, auch die Verbraucherkreise über das Vorgehen der modernen Reklamepraxis aufzuklären, damit den Kampf um das Unbewusste des Konsumenten in das Licht des Bewusstseins rückend. Der Verlag (Zürich 1) sendet auf Wunsch kostenlos Probenummern.

«Neues Leben». Einzelheft Fr. 1.—, 12 Nummern Fr. 10.—. Verlag «Neues Leben», Thalwil.

* Es gibt einen Wegweiser zu Gesundheit und froher Lebensgestaltung. Es ist die von Emil Oesch redigierte Monatsschrift «Neues Leben». Aus der Januarnummer: «Der Weg zum Erfolg», «Schöpferische Leistung», «Gesundheit durch Seelenkraft», «Wie werde ich mit dem Leben fertig?», «Erkältet — was nun?», Neuzeitliche Rezepte für die Küche.

«Der Spatz». Januarheft. *Der Hansli weiss zu Hause so schön von der Geschichte vom Vogel Gryff zu erzählen. «Der kleine Dorfheld» wird ebenfalls Freude machen. Weitere Erzählungen ergänzen das Heft vorteilhaft.

Konsumgenossenschaftlicher Frauenbund

Generalversammlung des Konsumgenossenschaftlichen Frauenvereins Biel

(Korr.) 158 Genossenschafterinnen liessen es sich trotz des schönen Wetters nicht nehmen, der Versammlung beizuwohnen. Behördevertreter der KGB waren ebenfalls anwesend und folgten mit grosser Aufmerksamkeit den Verhandlungen, die sich unter der umsichtigen Leitung der Präsidentin, Frau *Bodmer,* reibungslos abwickelten.

Der Verein war im abgelaufenen Jahr nicht nur in seinen eigenen Belangen wirksam, sondern half überall wacker mit, wo es nötig war; es sei besonders hingewiesen auf die Aktion für Florisdorf und Zakopane. An 28 Frauen konnte in Anerkennung dessen, dass sie an keiner einzigen Versammlung gefehlt haben, ein kleines Präsent in Form eines Taschentüchleins überreicht werden. Das einzige Wahlgeschäft betraf den Ersatz einer Revisorin; an Stelle von Frau *Riesenmey,* deren Dienste verdankt werden, wird Frau *Maibach,* Brügg, gewählt.

Mit sehr grossem Interesse wurde das *Arbeitsprogramm für das kommende Vereinsjahr* aufgenommen. Neben Vorträgen aller Art ist auch für die Geselligkeit Platz, findet doch anfangs März ein Familienabend statt. Im Juni feiert der Verein das Jubiläum des 25jährigen Bestehens der Konsumgenossenschaftlichen Frauenkommission, die später in den heutigen grossen Verein aufging. Dass der Frauenverein kein Jahr vorübergehen lässt, ohne eine Besichtigung durchgeführt zu haben, ist eine Selbstverständlichkeit. Diesmal geht es weiter als sonst, nämlich nach Kemptthal zum Besuche der Maggi-Fabriken.

Im Verlaufe der Tagung dankten die Herren Verwalter *Walther* namens der Konsumgenossenschaft Biel und Vizeverwalter *Tobler* namens der Kreiskonferenz des Kreises IIIa für die Tätigkeit des Vereins im Sinne der Rochdaler Pioniere.

Zum Schlusse wurden die 70jährigen Mitglieder durch Ueberreichung eines «Primelis» besonders geehrt. Nach etwas mehr als zwei Stunden konnte die rührige Präsidentin die von saubern Vorträgen der Singgruppe Coop umrahmte, würdig verlaufene Generalversammlung schliessen.

Aus der Tätigkeit einer Frauenkommission

Die Frauenkommission der Konsumgenossenschaft Bern (Präsidentin Frau E. Schärli) berichtet in der Lokalauflage Bern des «GV» u. a.:

Unsere Arbeit bestand zur Hauptsache in der Linderung der Not der leidenden Menschheit, d. h. wir halfen überall da, wo unsere Hilfe am nötigsten schien.

Eine Sammelaktion wurde durch die andere abgelöst, eine Bitte an unsere Genossenschafterinnen, zu geben, zu helfen, folgte der andern, und wir dürfen dankend feststellen, dass unsere Bitten immer wieder Gehör fanden. Wie wäre es sonst möglich gewesen, die nachstehend genannten Aktionen mit gutem Erfolg durchzuführen:

Spielzeug-, Bücher- und Kleidersammlung für das Lettenlager in Eichstätt;

Sammlung von Lebensmitteln, Wäsche und Kleidern für deportierte Französinnen;

Kleider- und Wäschesammlung für Jugoslawien;

Ausführung von Näh- und Strickarbeiten für die Schweizer Spende.

Als Mitglied der Patenschaft Co-op vergassen wir auch unsere Patenschaftsgemeinde hoch droben im Bergdorf nicht, wo unsere Weihnachtsbescherung freudig empfangen wurde.

Neben diesen Hilfsaktionen haben wir Kinderdorf-Gutscheine erworben, unterstützten die Paketaktion für hungernde Kinder und Mütter und haben durch die Hülsenfrüchtesammlung in unseren Ablagen 1179 kg direkt nach Herzogenbuchsee geschickt.

Endlich können wir auch vom Abschluss der Tätigkeit des Soldatenfürsorgerinnenzuges berichten.

Auch der Schenkungen von seiten unserer Genossenschafterinnen wollen wir gedenken, ergab doch die Sammlung in den Ablagen während der Kriegsjahre die Summe von Fr. 7700.02, die zur Anschaffung von Wolle, Wäsche und Schuhen für bedürftige Wehrmänner diente. Durch den Verkauf von Soldatenmarken konnten Fr. 3624.10 an die Soldatenfürsorge überwiesen werden.

Noch einmal möchten wir allen danken, die uns während fast sieben Jahren ihre Mitarbeit und Hilfe zur Verfügung gestellt haben. Das gilt ganz speziell auch unserem Verkaufspersonal.

In sieben Sitzungen wurde der geschäftliche Teil erledigt. Durch den Besuch von Konferenzen und Delegiertenversammlungen kamen wir in Kontakt mit den übrigen Genossenschafterinnen der Schweiz.

Die Bewegung im Ausland

Deutschland. *«Konsumgenossenschaftliche Rundschau» wieder achtseitig.* * Dem Zentralverband wurde das Recht eingeräumt, die «Konsumgenossenschaftliche Rundschau» wieder erscheinen zu lassen. Es ist seitens der britischen Militärregierung auch die Genehmigung erteilt worden, die «Konsumgenossenschaftliche Rundschau» achtseitig, statt bisher vierseitig, herauszubringen. Ihre Auflage darf von 10 000 auf 20 000 Exemplare erhöht werden. Das Papier hierfür will die Militärregierung zur Verfügung stellen, bis das vom Kooperativa Förbundet in Stockholm zugesagte Papier eintrifft.

— *Konsumgenossenschaften und Universitäten.* Im Wintersemester 1946/47 liest an der Universität Erlangen Oberbürgermeister a. D. A. Hammerbacher über «Die Geschichte der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung bis 1933», Hans Wiehem über «Der organisatorische Aufbau der deutschen Konsumgenossenschaften» und über «Der genossenschaftliche Grosseinkauf GEG». Ph. Fürst wird über das «Werden und Bestehen einer Konsumgenossenschaft» lesen. Diese Vorlesung ist mit einer Betriebsbesichtigung verbunden.

Aus: «Konsumgenossenschaftliche Rundschau».

AUFRUF!

Abonniert den „Junggenossenschafter", die Zeitung der genossenschaftlichen Jugend! Redaktion des „JG", Postfach 206, Biel 3

Mühlengenossenschaft schweiz. Konsumvereine (MSK)

Sitzung der Verwaltung vom 25. Januar 1947

Anwesend waren 13 Mitglieder der Verwaltung sowie die drei Mitglieder der Direktion.

Entschuldigt abwesend waren die Herren Nationalrat R. Grimm, Bern, und E. Ensner, Winterthur.

Der Rat behandelte und genehmigte den Bericht der Direktion über das 4. Quartal 1946.

Anschliessend wurde der schriftliche und mündliche Bericht der Direktion über das ganze Jahr sowie die Rechnung pro 1946 zu Handen der Delegiertenversammlung genehmigt.

Die Delegiertenversammlung wird auf 20. April 1947 einberufen und die Traktandenliste rechtzeitig publiziert werden.

Genossenschaftliche Zentralbank

Jahresabschluss 1946

In ihrer Sitzung vom 31. Januar genehmigte die Verwaltung der Genossenschaftlichen Zentralbank in Basel die Jahresrechnung pro 1946. Das Institut erzielte im abgelaufenen 19. Geschäftsjahr einen verfügbaren Reinertrag, einschliesslich Vortrag, von Fr. 1 107 204.06, gegenüber Fr. 1 027 573.11 im Vorjahr.

Der am 1. März 1947 stattfindenden Delegiertenversammlung wird folgende Verwendung des Ueberschusses beantragt:

Fr. 553 957.60 Verzinsung der Anteilscheine zu 4 % (wie in den Vorjahren), Fr. 300 000.— Einlage in den Reservefonds (gegenüber Fr. 250 000.— im letzten Jahr) und Fr. 253 246.46 Vortrag auf neue Rechnung (im Vorjahr Fr. 252 673.11).

Im Berichtsjahr hat sich die Bilanzsumme um weitere 14 Millionen auf 212 Millionen Franken und das Anteilscheinkapital um Fr. 3 253 000.— auf Franken 16 850 000.— erhöht. Die offenen Reserven steigen mit den diesjährigen Zuwendungen auf 3,35 Millionen Franken. Der Umsatz wies eine Zunahme um 437 Millionen auf und erreichte rund 2485 Millionen Franken.

Aus unserer Bewegung

Aus unseren Verbandsvereinen

Umsätze:	1945	1946
Ausserberg	111 700.—	136 000.—
Couvet	327 000.—	380 000.—
Mellingen	344 700.—	421 900.—
Mörel	294 800.—	336 400.—
Münchenbuchsee	287 000.—	342 700.—
St-Imier	1 914 500.—	2 248 400.—
Turtmann	222 800.—	281 800.—
Uster	1 282 500.—	1 507 100.—
Vuadens	207 200.—	236 950.—

In **Bussigny** wurde der Film «Viribus unitis» gezeigt. In **Brienz** hielt Herr Nationalrat Dr. Max Weber einen Vortrag über «Die Konsumgenossenschaften als Mittel zur Verbilligung der Lebenshaltung». **Erstfeld** gewährt auf verschiedenen Artikeln doppelte Rückvergütung. Mittels Stimmzettel, der im «Genossenschaftlichen Volksblatt» abgedruckt wurde, hatten die Mitglieder von **Romanshorn** über den freien Nachmittag für das Verkaufspersonal zu entscheiden. **Vevey-Montreux** veranstaltete für seine Mitglieder einen Familienabend mit Ball. **Wallenstadt** schliesst nun jeden Dienstagnachmittag seine Verkaufslokale.

Aus der Tätigkeit der dem KFS angeschlossenen Sektionen und Gruppen: In **Aarau** hielt Herr Dr. Kamm, Lehrer für Pädagogik, einen Vortrag über «Sexuelle Aufklärung der Kinder

in der Familie». In **Basel** referierte Frau Dr. Grob (ehemals Dr. Dora Schmidt, Sekretärin des Bundesamtes für Industrie, Gewerbe und Arbeit), über ihre Reise «Rund um die Vereinigten Staaten». In **Luzern** wird ein Strickkurs durchgeführt. In **Tramelan** sprach Frau Perrin, diplomierte Schneiderin, über «Gute Schnitte für jede Dame». G.

Verbandsdirektion

Gestützt auf das gestellte Aufnahmegesuch hat die Verbandsdirektion beschlossen, die *Società cooperativa di consumo Purasca (Ticino)* als Mitglied des V. S. K. aufzunehmen und dem Kreisverband X zuzuteilen.

Der Kreisverband II hat seine nächsten ordentlichen Kreiskonferenzen auf den 4. Mai und auf den 5. Oktober 1947 angesetzt.

Arbeitsmarkt

Angebot

Filialleiterin eines Gemischtwarendepots, mit Erfolg arbeitend, sucht, bei vorheriger Einführung, die Leitung eines Schuhgeschäftes zu übernehmen. Antritt Frühjahr oder nach Uebereinkunft. Offerten unter Chiffre M. F. 20 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Depothalterin, zuverlässig und strebsam, sucht sich auf Frühjahr zu verändern. Offerten unter Chiffre A. F. 21 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Perfekte **erste Verkäuferin**, mit prima Zeugnissen, sucht sich zu verändern. Alter 31 Jahre. Deutsch und französisch sprechend. Offerten mit Lohnangaben sind erwünscht unter Chiffre St. A. 26 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Verkäuferin, verheiratet, kinderlos, branchenkundig in Lebensmitteln, Metzgerei, Haushalt- und Manufakturwaren, sucht gut bezahlte Dauerstellung als **Depothalterin**. Dreizimmerwohnung erwünscht. Antritt nach Uebereinkunft, spätestens 1. September 1947.

Geschäftstüchtiges Ehepaar, welches schon ein Geschäft erfolgreich geführt hat, sucht passende **Depothalterstelle** oder Führung einer angegliederten Bäckerei. Kaution kann geleistet werden. Offerten unter Chiffre St. L. 29 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Nachfrage

Aargauische Konsumgenossenschaft, mit einem Umsatz von Fr. 750 000.—, sucht per 1. April 1947 eine tüchtige **erste Verkäuferin**. Verlangt werden gründliche Kenntnisse der Kolonial-, Textil- und Haushaltartikelbranchen. Gute Umgangsformen mit Personal und Kundschaft. Handgeschriebene Offerten mit Lohnansprüchen und Photo sind zu richten unter Chiffre L. G. 29 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Konsumverein in Vorort der Stadt Zürich sucht auf 1. März nächsthin jüngeren, gewandten, in allen Teilen seines Faches bewanderten und absolut selbständigen **Bäcker und Konditor**. Für fleissigen und tüchtigen Mann Lebensstellung. Wohnung vorhanden. Offerten mit Zeugniskopien, Referenzen, Angabe der Gehaltsansprüche an Konsumverein Sood-Adliswil, Postfach 11419, Adliswil.

Gesucht per 1. eventuell 15. März tüchtige, in der Kolonial-, Schuh- und Manufakturwarenbranche bewanderte **erste Verkäuferin** ins Hauptgeschäft, mit einem Umsatz von Franken 400 000.—. Bewerberinnen, die sich für fragliche Stelle interessieren, wollen ihre Dienstofferte nebst Bild und Gehaltsansprüchen an die Verwaltung der Konsumgenossenschaft Burgdorf einreichen.

Als **Leiter** einer Konsumbäckerei mit einem Umsatz von Fr. 250 000.— tüchtiger **Oberbäcker** gesucht. Wohnung vorhanden. — Im weiteren suchen wir jüngeren **Bäcker-Konditor**. Gut ausgewiesene Fachleute richten ihre Offerten mit Photo, Zeugniskopien, Lohnangabe unter Chiffre G. T. 30 an die Redaktionskanzlei, V. S. K., Basel 2.

Genossenschaftliches Seminar
(Stiftung von Bernhard Jaeggi)

Dem Genossenschaftlichen Seminar sind folgende Beträge überwiesen worden:

Fr. 150.— von der KG Worb
» 100.— von der KG Lyss
» 100.— vom KV Zurzach
» 100.— vom KV Bremgarten (Aargau)
» 100.— vom KV Schwanden (Glarus)
» 50.— von der KG Schwarzenburg

Diese Vergabungen werden hiermit bestens verdankt.

INHALT: *Seite*

Helfe, was helfen mag 69
Die Mitgliederwerbung in den Konsumvereinen . . . 71
Lob der Genossenschaft 73
Der Wiederaufbau der deutschen Konsumgenossenschaftsbewegung 73
Aufgaben und Probleme des Gemüsebaues und der Gemüseverwertung 74
Britische Lebensmittelsubventionen 75
Die Preissenkungen in den USA-Warenhäusern . . . 75
Kurze Nachrichten 75
Deine Worte 76
Vorsicht — Gefahr! 76
Der Postzustellungsdienst des englischen genossenschaftlichen Grosseinkaufsverbandes 76
Planmässige Förderung des Personals 77
Dienst am Mitglied 77
Fortbildungskurse bei der KG Bern 78
Die Woche der Genossenschaftlichen Studienzirkel . . 78
Bibliographie 78
Konsumgenossenschaftlicher Frauenbund:
Generalversammlung des Konsumgenossenschaftlichen Frauenvereins Biel 78
Aus der Tätigkeit einer Frauenkommission 78
Die Bewegung im Ausland 79
Mühlengenossenschaft schweiz. Konsumvereine (MSK): Sitzung der Verwaltung vom 25. Januar 1947 . . . 79
Genossenschaftliche Zentralbank: Jahresabschluss 1946 . 79
Aus unseren Verbandsvereinen 79
Verbandsdirektion 80
Arbeitsmarkt 80
Genossenschaftliches Seminar 80

WO ISST MAN GUT IN BASEL?